

PENGARUH *ENTREPRENEURIAL LEADERSHIP* DAN *INNOVATION CAPACITY* TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE* PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) BINAAN DINAS PERDAGANGAN KOTA SURABAYA

Arini Sulistyowati
Ariensly80@gmail.com

Abstract

The contribution of Small and Medium Enterprises (SMEs) to economic growth makes the performance of SMEs need to be improved, but in creating the optimal performance it needs a competitive advantage that must be owned by every SME. The competitive advantage can be influenced by several factors. This research was conducted with the aim to analyze the influence of entrepreneurial leadership and innovation capacity toward competitive advantage on SMEs of the Trade Service Department of Surabaya City. This study uses a quantitative approach. Data collection was done by distributing questionnaires. Data analysis technique used is analysis of The Structural Equation Model (SEM) with Partial Least Square (PLS) program. The results of this study found that entrepreneurial leadership and innovation capacity have a significant effect on competitive advantage on SMEs of the Department of Commerce Surabaya City.

Keywords: *Entrepreneurial Leadership, Innovation Capacity, Competitive Advantage*

I. Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, karena UKM dapat menyerap jumlah pengangguran yang sangat tinggi dan memberikan kontribusi tinggi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Pada tahun 2013, jumlah Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia mencapai 56,6 juta. Dari jumlah tersebut, 99,8% merupakan UKM yang mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 97% dari total tenaga kerja yang ada saat ini di Indonesia (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, 2013). Dengan kata lain, UKM dapat disebut sebagai tulang punggung perekonomian Negara maupun penyedia lapangan kerja.

UKM merupakan salah satu bagian terpenting dalam perekonomian pada suatu Negara, tidak terkecuali di Indonesia. Fakta menunjukkan bahwa kesempatan kerja yang diciptakan oleh kelompok UKM tersebut jauh lebih banyak dibandingkan tenaga kerja yang bisa diserap oleh Usaha Besar. Oleh karena itu, UKM sangat diharapkan untuk bisa terus berperan secara optimal dalam upaya menanggulangi pengangguran yang jumlahnya cenderung meningkat terus setiap tahunnya. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti UKM juga punya peran strategis dalam upaya membantu pemerintah selama ini untuk memerangi kemiskinan (Tambunan, 2009).

Berdasarkan data Kementerian Negara Koperasi dan UKM pada tahun 2011-2013 menyatakan bahwa UKM masih menjadi pelaku mayoritas dalam bidang usaha yakni terdapat peningkatan sebesar 2,41 % dari 55.206.444 unit usaha pada tahun 2011 menjadi 56.534.592 unit usaha pada tahun 2012 atau 99% dari pelaku bisnis yang ada di Indonesia. Dan kurun waktu tahun 2011-2012 jumlah PDB UKM terdapat peningkatan sebesar 12,67% dari Rp4.321.830 Milyar pada tahun 2011 menjadi Rp 4.869.568 Milyar pada tahun 2012. Sedangkan Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia memperkirakan sektor UKM akan tumbuh sekitar 25% pada tahun 2012 dibandingkan prediksi tahun 2011 yang berkisar 15-20%. Pada tahun 2013 UKM meningkat dan untuk lebih jelasnya perkembangan jumlah Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Perkembangan Jumlah UKM di Indonesia tahun 2007-2015

Tahun	Jumlah UKM	Pertumbuhan	Persentase
2007	50.145.800	-	-
2008	51.409.612	1.263.812	2,52
2009	52.764.750	1.355.138	2,64
2010	54.114.821	1.350.071	2,56
2011	55.206.444	1.091.623	2,02
2012	56.534.592	1.328.147	2,41
2013	57.895.721	1.361.129	2,41

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2014

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa setiap tahun perkembangan jumlah UKM di Indonesia semakin berkembang dan meningkat. Jika pada tahun 2007 jumlah UKM di Indonesia sebesar 50.145.800 unit usaha. Kemudian menjadi 54.114.821 unit usaha pada tahun 2010 dan semakin bertambah sebesar 57.895.721 unit usaha pada tahun 2013. Hal ini menunjukkan bahwa UKM semakin berkembang setiap tahunnya. Disisi lain, UKM terus menghadapi tantangan karena para pelaku UKM bereaksi terhadap perubahan faktor lingkungan seperti munculnya pasar dan standar untuk kualitas produk yang lebih baik di seluruh dunia, kebutuhan terhadap waktu pengiriman yang lebih cepat dan kemitraan bisnis yang lebih erat (Gupta dan Cawthon dalam Setiawan, 2015). Oleh karena itu, para pelaku UKM perlu memahami berbagai tantangan tersebut. Akan tetapi, pada kenyataannya UKM masih terkendala oleh beberapa hal seperti Kuncoro (2006) yang mengemukakan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia secara kualitas sulit berkembang di pasar karena menghadapi beberapa masalah internal, seperti rendahnya kualitas sumberdaya manusia seperti kurang terampilnya sumber daya manusia, rendahnya penguasaan teknologi dan manajemen yang mana hal tersebut mengarah pada rendahnya kapasitas inovasi yang dimiliki.

Melihat kondisi tersebut, maka *entrepreneurial leader* sangat dibutuhkan agar dapat mengelola sebuah usaha untuk tetap dapat bertahan dan mengembangkan usahanya ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat. *Entrepreneurial leader* mempunyai sikap proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko, yang diharapkan dapat membawa suatu kesuksesan bagi para pelaku UKM (Yusnita dan Wahyudin, 2017). Selain itu, Larsen dan Lewis (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang

sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah.

Berdasarkan tinjauan literatur secara teoritis maupun empiris maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh *Entrepreneurial Leadership* dan *Innovation Capacity* terhadap *Competitive Advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya.

II. Landasan Teori

Entrepreneurial Leadership

Entrepreneurial leadership adalah gaya kepemimpinan yang khas yang dapat disajikan dalam organisasi apa pun (Gupta *et al* dalam Mokhber *et al.*, 2016). Atribut, perilaku dan tindakan yang membedakan kepemimpinan kewirausahaan dari gaya kepemimpinan lain, fokus pada pengenalan peluang dan eksploitasi sebagai tujuan kewirausahaan untuk pemimpin tersebut (Renko *et al*, 2015). Kepemimpinan wirausaha didasarkan pada pemimpin yang menciptakan, mengidentifikasi, dan memanfaatkan peluang dengan cara yang inovatif dan penuh risiko (Nwachukwu *et al*, 2017).

Menurut Tarabishy *et al* dalam Rahim *et al* (2015) *entrepreneurial leadership* diciptakan oleh mereka yang menyadari perubahan dalam gaya kepemimpinan diperlukan. *Entrepreneurial leadership* dapat dimengerti karena wilayah yang belum dipetakan dan belum pernah terjadi sebelumnya yang ada di depan untuk bisnis di pasar dinamis saat ini. Cohen (2004) menyatakan bahwa kepemimpinan kewirausahaan dibutuhkan lebih dari sebelumnya dan menggambarkan dua jenis pemimpin wirausaha: (a) pemimpin yang berada di puncak bagan organisasi dan (b) pemimpin di semua tingkat organisasi.

Chen (2007) berpendapat bahwa *entrepreneurial leadership* adalah khas dari bentuk kepemimpinan perilaku lainnya, dan membedakan pengusaha dari manajer yang dipekerjakan. Kemudian Chen (2007) mendeskripsikan *entrepreneurial leadership* sebagai gabungan dari pengambilan risiko, pro-aktifitas dan inovasi. Perspektif ini sejalan dengan konseptualisasi *entrepreneurial leadership* Gupta *et al* dalam Mokhber *et al* (2016) yang menyatakan bahwa pengambilan risiko dianggap sebagai kesediaan untuk menyerap ketidakpastian, pro-aktifitas adalah tentang mendorong inisiatif kewirausahaan dan inovasi dalam mendorong kreativitas dan inovasi di antara anggota tim. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa konvergensi kepemimpinan dan kewirausahaan telah menggabungkan beberapa atribut untuk *entrepreneurial leadership*. Mempengaruhi dan memotivasi orang lain, berfokus pada peluang, visi, pengambilan risiko, kreativitas dan inovasi adalah salah satu atribut yang disebutkan.

Innovation Capacity

Larsen dan Lewis (2007) menjelaskan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Menurut Kimberly dalam Destari dan Harjanti (2014) *innovativeness* didefinisikan sebagai keinginan dasar untuk beranjak dari teknologi atau proses operasional yang ada untuk bergerak maju menjauhi kondisi sekarang. Inovasi merupakan langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan agar dapat

bertahan dan unggul dalam persaingan di era globalisasi ini, dimana perubahan terjadi sangat cepat.

Menurut Smith et al (2011) inovasi merupakan mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Smith et al (2011) mengajukan dua konsep inovasi yaitu keinovativan dan kapasitas berinovasi. Keinovasian adalah pikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai aspek budaya perusahaan, sedangkan kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses/produk baru secara berhasil. Semakin baik membangun kapasitas inovasi, semakin efektif suatu perusahaan dapat melakukan proses inovasi dan dengan demikian, semakin kuat kinerja inovasi (Smith et al, 2011).

Menurut Keeh et al (2007) inovasi sangat penting karena beberapa alasan yang terdiri dari:

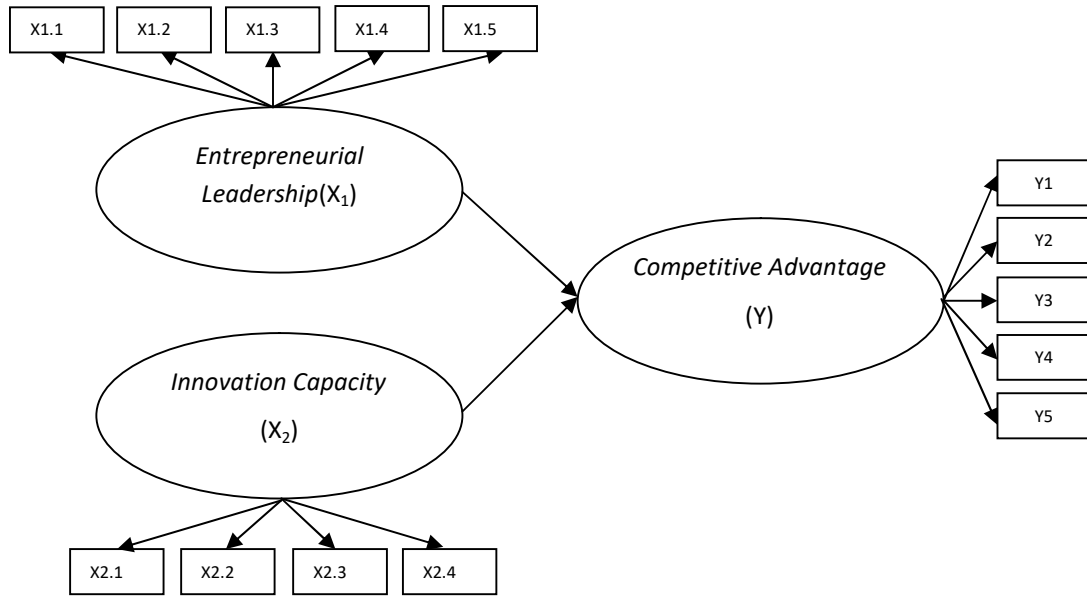
1. Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha entrepreneurial untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
2. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bias terjadi karena ada pemikiran kreatif yang menimbulkan inovasi.
3. Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh karena itu skill inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.
4. Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu.
5. Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

Competitive Advantage

Porter (2008) menyatakan *competitive advantage* merupakan hasil dari implementasi penciptaan nilai bukan hasil simultan dari implementasi pesaing potensial maupun yang eksisting saat ini, ataupun melalui eksekusi superior atau penerapan strategi yang sama dengan pesaing. Namun keberlanjutan prestasi keunggulan daya saing berkelanjutan diperoleh ketika keuntungan dapat diperoleh dan mampu bertahan dalam menghadapi tantangan perilaku pesaing lain. Tujuan dari strategi bersaing adalah untuk mendapatkan keberlanjutan *competitive advantagedan* pada gilirannya memperbesar performa usaha. Keahlian yang unik dan aset dijadikan sebagai sumber *competitive advantage*.

Competitive advantagediperoleh ketika suatu organisasi mengembangkan atau memperoleh serangkaian atribut (atau tindakan eksekusi) yang memungkinkannya untuk mengungguli kompetitornya (Wang, 2014). Dengan kata lain, *competitive advantage* terungkap ketika aktivitas dari suatu organisasi tertentu lebih menguntungkan daripada kegiatan pesaing pasarnya atau ketika keunggulannya

mengungguli mereka dalam hal hasil aktivitas lain yang signifikan (Huff et al, dalam Ceglinski, 2016).



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis

H₁ : *Entrepreneurial Leadership* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Competitive Advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya.

H₂ : *Innovation Capacity* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Competitive Advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya.

III. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori. Eksplanatori merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Sugiyono, 2016). Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) metode kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya sebanyak 50.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016). Teknik sampel yang digunakan adalah sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2016). Dengan demikian sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya sebanyak 50 orang.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan sebuah konsep atau sesuatu yang dapat diukur dan dapat dilihat pada dimensi perilaku, aspek atau sifat yang ditunjukkan oleh konsep tersebut.

1. *Entrepreneurial Leadership* (X1)

Entrepreneurial leadership merupakan gaya kepemimpinan yang terlihat dari pemimpin yang menciptakan, mengidentifikasi, dan memanfaatkan peluang dengan cara yang inovatif dan penuh risiko (Nwachukwu et al, 2017). Indikator variabel *entrepreneurial leadership* mengacu pada Mokhber et al (2016), yaitu:

- a. *Innovativeness*
- b. *Creativity*
- c. *Passion*
- d. *Vision*
- e. *Risk-taking*

2. *Innovation Capacity* (X2)

Innovation capacity adalah kemampuan perusahaan untuk memproduksi dan mengkomersialkan beberapa inovasi (Kumar dan Li, 2012). Indikator variabel *Innovation Capacity* mengacu pada Mulyana (2014), yaitu:

- a. Inovasi teknologi
- b. Inovasi produk
- c. Inovasi pasar
- d. Inovasi pelayanan

3. *Competitive Advantage* (Y)

Competitive advantage adalah merupakan hasil dari implementasi penciptaan nilai bukan hasil simultan dari implementasi pesaing potensial maupun yang eksisting saat ini, ataupun melalui eksekusi superior atau penerapan strategi yang sama dengan pesaing (Porter, 2008). Indikator variabel *competitive advantage* mengacu pada Al-najjar (2016), yaitu:

- a. *Cost*
- b. *Quality*
- c. *Differentiation*
- d. *Creativity*
- e. *Flexibility*

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui sumber data primer, yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, dicatat untuk pertama kalinya dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penyebaran

kuesioner, yaitu cara pengumpulan data dengan memberikan seperangkat daftar pertanyaan untuk dijawab oleh para responden (Sugiyono, 2014). Teknik pengumpulan data ini dipilih dengan harapan memperoleh informasi yang relevan dengan permasalahan yang dikaji dan mempunyai derajat keakuratan yang tinggi. Metode penyusunan skala menggunakan skala *Likert*. Variabel yang diukur dalam skala likert dijabarkan kembali kedalam bentuk sub-variabel, dimana sub-variabel tersebut dijabarkan kembali menjadi komponen-komponen yang dapat diukur.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan di implementasikan. Teknik analisis yang dipilih untuk menganalisis data dan menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah *The Structural Equation Model* (SEM). Untuk menjawab hipotesis digunakan *Partial Least Square* (PLS). Menurut Ghozali (2012:41) perhitungan dilakukan dengan menggunakan alat Bantu Smart *Partial Least Square* (PLS), dikarenakan berbentuk multi jalur dan model yang digunakan berbentuk Reflektif. Model perhitungan dilakukan dengan menggunakan alat bantu Smart PLS dikarenakan dalam penelitian ini memiliki hubungan multi jalur dan berbentuk formatif dan reflektif. Sampel dalam penelitian ini telah digenapkan menjadi sebanyak 50 responden. Model formatif adalah model yang menunjukkan arah hubungan dari indikator ke variable laten. Model reflektif adalah model yang menunjukkan hubungan dari variable laten ke indikatornya.

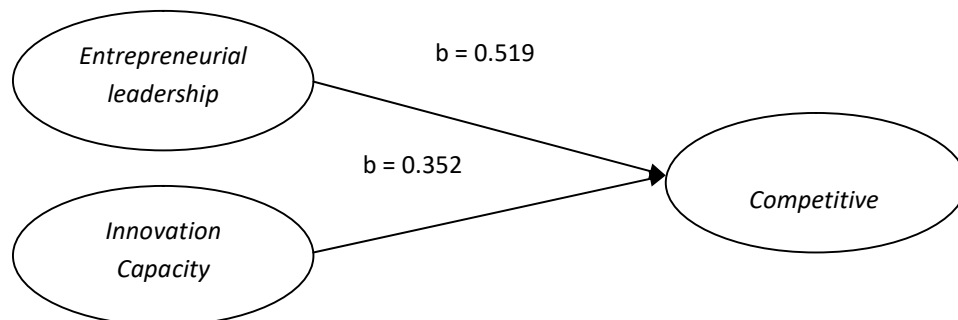
IV. Hasil dan Pembahasan

Evaluasi Inner Model

Inner model yang kadang disebut juga dengan (*inner relation, structural model* dan *substantive theory*) menspesifikasi pengaruh antar variabel penelitian (*structural model*).

Uji *Inner Model* atau Uji Model Struktural

Hasil analisis tingkat kesesuaian model struktural yang dibangun menunjukkan simpulan bahwa model keseluruhan telah “Relevan” untuk menjelaskan variabel-variabel yang diteliti dan pengaruhnya pada masing-masing variabel. Perhitungan nilai Q^2 di dapatkan nilai 0,560 atau sudah melebihi batas kritis 0,5 dengan demikian model struktural telah dinyatakan cocok dan sesuai. Analisis uji model struktural dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Model Inner PLS

Terdapat 2 variabel *eksogen* dalam model inner yang diteliti, yaitu *entrepreneurial leadership* dan *innovation capacity*, sedangkan variabel *endogen* dalam model inner yang diteliti adalah *competitive advantage*. Pada model persamaan dengan *endogen competitive advantage* nilai R^2 mencapai 0,560. Ini berarti *competitive advantage* dapat dijelaskan oleh *entrepreneurial leadership* dan *innovation capacity* mencapai 56,0%. Sedangkan hasil Q^2 yang dicapai adalah 0,560 yang berada pada rentang 0,33– 0,66, sehingga dapat dikatakan bahwa model tersebut adalah model yang “Moderat”.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis 1 (H_1)

Hipotesis pertama pada penelitian terbukti kebenarannya, dikarenakan hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai t sebesar 4.778 yang berarti lebih besar dari 1.96, sehingga dapat dikatakan bahwa *entrepreneurial leadership* memiliki pengaruh signifikan terhadap *competitive advantage*. Arah hubungan kedua variabel adalah positif yang berarti semakin baik *entrepreneurial leadership* akan semakin dapat meningkatkan *competitive advantage* dengan memiliki besar pengaruh sebesar 0.519.

Hipotesis 2 (H_2)

Hipotesis kedua pada penelitian terbukti kebenarannya, dikarenakan hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai t sebesar 2.634 yang berarti lebih besar dari 1.96, sehingga dapat dikatakan bahwa *innovation capacity* memiliki pengaruh signifikan terhadap *competitive advantage*. Arah hubungan kedua variabel adalah positif yang berarti semakin baik *innovation capacity* akan semakin dapat meningkatkan *competitive advantage* dengan memiliki besar pengaruh sebesar 0.352.

Pengaruh *Entrepreneurial Leadership* terhadap *Competitive Advantage*

Hasil analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Leadership* memiliki pengaruh signifikan terhadap *competitive advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya yang terbukti dari nilai t sebesar 4.778 yang berarti lebih besar dari 1.96, sehingga dapat dijelaskan bahwa peningkatan keunggulan bersaing pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya dapat dibentuk melalui adanya *entrepreneurial leadership* atau kepemimpinan kewirausahaan yang baik, karena dengan kemampuan pimpinan yang baik dalam kewirausahaan maka akan dapat mengarahkan pengelolaan UKM lebih berdaya saing dan memiliki keunggulan kompetitif. Pengaruh *entrepreneurial leadership* terhadap *competitive advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya adalah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik *entrepreneurial leadership* maka akan dapat meningkatkan *competitive advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya.

Temuan yang menunjukkan bahwa keunggulan bersaing dapat ditingkatkan dengan adanya kepemimpinan kewirausahaan maka apabila UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya ingin meningkatkan keunggulan bersaingnya maka sangat penting untuk memperhatikan sejauh mana pimpinan telah memiliki jiwa wirausaha yang didasarkan dengan pemimpin yang mampu menciptakan, mengidentifikasi, dan

memanfaatkan peluang dengan cara yang inovatif dan penuh risiko (Nwachukwu et al, 2017).

Hasil temuan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yusnita dan Wahyudin (2017) yang meneliti pada Usaha Mikro di Kabupaten Bangka yang mana hasilnya membuktikan bahwa *entrepreneurial leadership* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada usaha mikro di Kabupaten Bangka. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini yang berbunyi "*Entrepreneurial Leadership* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Competitive Advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya" dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

Pengaruh *Innovation Capacity* terhadap *Competitive Advantage*

Hasil analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa *innovation capacity* memiliki pengaruh signifikan terhadap *competitive advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya yang terbukti dari nilai t sebesar 2.634 yang berarti lebih besar dari 1.96, sehingga dapat dijelaskan bahwa peningkatan keunggulan bersaing pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya dapat dibentuk melalui adanya *innovation capacity* atau kapasitas inovasi yang memadai. Pengaruh *innovation capacity* terhadap *competitive advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya adalah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik *innovation capacity* maka akan dapat meningkatkan *competitive advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya.

Temuan yang menunjukkan bahwa keunggulan bersaing dapat ditingkatkan dengan adanya kapasitas inovasi maka apabila UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya ingin meningkatkan keunggulan bersaingnya maka sangat penting untuk memperhatikan sejauh mana kemampuan dalam melakukan inovasi. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini yang berbunyi "*Entrepreneurial Leadership* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Competitive Advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya" dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

Kiernan dalam Lawson dan Samson (2001) menjelaskan bahwa inovasi mewakili keunggulan kompetitif saat ini, didukung oleh kemampuan mainstream yang kuat dalam kualitas, efisiensi, kecepatan, dan fleksibilitas. Inovasi dapat membantu perusahaan memainkan peran dominan dalam membentuk masa depan industri. Inovator yang berkinerja tinggi mampu mempertahankan kemampuan bertindak juggling raksasa, dan secara konsisten membawa produk berkualitas tinggi ke pasar lebih cepat, lebih sering dan dengan biaya lebih rendah daripada pesaing. Selain itu, perusahaan-perusahaan ini menggunakan proses dan inovasi sistem sebagai cara untuk lebih meningkatkan produk mereka dan menambah nilai kepada pelanggan. Kombinasi ini menciptakan posisi strategis yang dinamis dan berkelanjutan sehingga menjadikan organisasi target yang terus bergerak ke pesaing.

Hasil temuan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yusnita dan Wahyudin (2017) yang meneliti pada Usaha Mikro di Kabupaten Bangka yang mana hasilnya membuktikan bahwa kapasitas inovasi berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada usaha mikro di Kabupaten Bangka. Hasil ini juga sesuai temuan Mulyana (2014) yang menyatakan bahwa

kemampuan pelaku industri kreatif untuk melakukan inovasi produk, pasar, pelayanan dan teknologi mampu menciptakan keunggulan bersaing.

V. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. *Entrepreneurial Leadership* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Competitive Advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya.
2. *Innovation Capacity* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Competitive Advantage* pada UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya.

Saran

1. Diharapkan agar owner UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya dapat mempertahankan kemampuan yang dimiliki berkaitan dengan kewirausahaan karena dengan strategi ini perusahaan bisa mencapai keunggulan bersaing.
2. Diharapkan agar UKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya dapat meningkatkan kemampuan berinovasi melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan kepada SDM yang dimiliki serta meningkatkan kemampuan dan pendayagunaan teknologi yang semakin berkembang.

Daftar Referensi

- Al-najjar, F. J. 2016. Social Responsibility and its Impact on Competitive Advantage (An Applied Study on Jordanian Telecommunication Companies). *International Journal of Business and Social Science* Vol. 7, No. 2
- Ceglinski, P. 2016. The Concept of Competitive Advantages. Logic, Sources and Durability. *Journal of Positive Management JPM*, Vol. 7, No. 3, pp. 57-70.
- Chen, MH. 2007. Entrepreneurial Leadership and New Ventures: Creativity in Entrepreneurial Teams. *Creativity and Innovation management*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2007.00439.x>
- Cohen, S. 2004. Social Relationships and Health. *American Psychologist*, 59(8), 676-684. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.59.8.676>.
- Destari, F., dan W. Harjanti. 2014. Menyelaraskan Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi untuk Mendapatkan Keuntungan Kompetitif Pada Industri Kreatif (Studi Empirik Pada Industri Batik di Kabupaten Jember). *Media Mahardika*. 12(2), pp:69-90.
- Kee, N., Teixeira CM, Wang AH, and Frankland PW. 2007. Preferential incorporation of adult-generated granule cells into spatial memory networks in the dentate gyrus. *Program in Neurosciences and Mental Health, The Hospital for Sick Children*, 555 University Avenue, Toronto, Ontario M5G 1X8, Canada. 10 (3) : 355-62.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2014
- Kumar, P., dan D. Li. 2012. *Innovative Capacity and the Asset Growth Anomaly*. University of Houston, Houston
- Kuncoro, M. 2006. *Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Larsen, P. & A. Lewis. 2007. "How Award Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation", *Journal Creativity and Innovation Management*, page: 141-151.

- Mokhber, M., Gi G. Tan., A. Vakilbashi., N. A. M. Zamil., and R. Basiruddin. 2016. Impact of Entrepreneurial Leadership on Organization Demand for Innovation: Moderating Role of Employees Innovative Self-efficacy. *International Review of Management and Marketing*, 2016, 6(3), 415-421.
- Nwachukwu, C., H. Chládková., and P. Žufan. 2017. The Relationship Between Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Competencies, Entrepreneurial Leadership, And Firm Performance: A Proposed Model. *Business Trends*, vol.7, no. 1, p. 3-16.
- Porter, M.E. 2008. "The Five Competitive Forces. That Shape Strategy", *Harvard Business Review*, pp. 79-93
- Rahim, H. L., Z. Z. Abidin., S. Mohtar., and A. Ramli. 2015. The Effect of Entrepreneurial Leadership Towards Organizational Performance. *International Academic Research Journal of Business and Technology* 1(2), Page 193-200
- Renko, M., El Tarabishy, A., Carsrud, A. L., and Brännback, M. 2015. Understanding and measuring entrepreneurial leadership style. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 54-74.
- Setiawan, H. 2015. Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi pada Usaha Kecil Pengolahan di Kota Palembang). *Media Mahardhika* Vol. 13 No. 2
- Smith, A., J. Courvisanos., and S. Mceavhern. 2011. Building innovation capacity: the role of human capital formation in enterprisesa review of the literature. *Occasional Paper*. NCVER Departement Of Education, Employment and Workplace Relation. Australia Government.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Tambunan TTH. 2009. *UMKM di Indonesia*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia
- Wang, H. L. 2014. Theories for competitive advantage. In H. Hasan (Eds.), *Being Practical with Theory: A Window into Business Research*. pp. 33-43
- Yusnita, M., dan N. Wahyudin. 2017. Entrepreneurial Leadership melalui Kapasitas Inovasi sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif UMKM di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Kajian Usaha Mikro di Kabupaten Bangka). *Integrated Journal of Business and Economics (IJBE)* Vol.1 No.1